

## **BAB III**

### **ANALISI DATA**

#### **3.1. Data Permasalahan**

Secara umum anak adalah dambaan setiap pasangan yang sudah menikah, selain anak sebagai buah cinta dan kasih pasangan itu sendiri. Ketika anak lahir, sudah seharusnya orang tua peduli akan tumbuh kembang anak demi masa depannya. Kepedulian orang tua tentang pentingnya mendongeng sebagai salah satu media penunjang tumbuh kembang anak, hal ini diperkuat oleh data dari kelompok dongeng bengkimut, bahwa ada peningkatan kepedulian minat dongeng dari mulai tahun 2016 Sampai 2018, Memperlihatkan bahwa kepedulian para orang tua dalam aktivitas mendongeng meningkat.

Namun hal tersebut tidak selamanya baik, peran orang tua yang tidak terjun secara langsung dalam aktivitas mendongeng, baik sudah mencoba maupun tak selesai, menjadi masalah baru yang timbul. Ketidaktahuan hubungan emosional yang terbangun antar orang tua asuh (pendongeng) dan anak, lebih tinggi intensitasnya dibandingkan orang tua kandung dan anaknya. Berdasarkan data yang diperoleh kendala itu terjadi dikarenakan para orang tua terkhususnya bunda merasa kesulitan untuk terjun langsung dalam aktivitas mendongeng, hal itu bukan karena mereka sebagai orang tua berkegiatan aktif. Namun, mereka memerlukan pengetahuan khusus untuk dapat melakukan aktivitas dongeng dengan baik dan juga tepat.

Terlebih untuk bisa mengatasi keluhan-keluhan mereka saat terjun langsung, dari mulai sulitnya menarik perhatian anak dikarenakan zaman sekarang banyak alternatif hiburan instan seperti *gadget*. Konsentrasi anak terganggu yang mengakibatkan hilangnya fokus, ditambah dengan kendala lain dari orang tuanya sendiri yang sering hilang kesabaran dalam mendongeng. Kurangnya wawasan orang tua tentang tata cara dalam aktivitas mendongeng demi kedekatan hubungan emosional keduanya, dapat mempengaruhi anak lebih gemar diberikan dongeng oleh orang tua asuh (pendongeng).

### 3.1.1. Analisis Permasalahan

Analisa Permasalahan merupakan suatu proses berfikir untuk memecahkan permasalahan ke dalam bagian-bagian yang saling berkaitan satu sama lainnya. Merujuk hal tersebut, peneliti memperoleh hasil wawancara, dan observasi terhadap *target audience*, untuk perancangan kampanye sosial berupa *workshop* mengenai tata cara mendongeng yang baik dan benar dalam aktivitas mendongeng, menghasilkan analisa sebagai berikut:

### 3.2. Data Target

Data target yang peneliti maksud dalam hal ini adalah, informasi singkat dari sasaran / objek penelitian yang meliputi status kependudukannya (Demografis), tempat tinggal (Geografis) dan karakteristik kepribadian / sikap yang mempengaruhi gaya hidup (Psikografis).

Demografis : - Jenis kelamin : Wanita  
                   - Usia : 27 – 35 Tahun  
                   - SES : Menengah – Menengah Atas

Geografis : Antapani, Bandung, Jawa Barat

Psikografis : Target merupakan seorang ibu yang aktif, peduli dengan tumbuh kembang anak, dan mempunyai anak diatas 3 tahun.

### 3.2.1. Analisis Target

Yang dimaksud dengan Analisis Target dalam penelitian ini adalah suatu usaha untuk mengamati secara detil tentang target / sasaran penelitian untuk dapat di kaji lebih lanjut.

#### 3.2.1.1. Analisis SWOT

Untuk mengetahui lebih jelas tentang kelebihan dan kekurangan dari kampanye tentang tata cara mendongeng yang baik dan benar. Analisis yang dilakukan yaitu:

**a. *Strength***

Kerja sama dengan komunitas dongeng Bengkimut menjadi daya tarik yang cukup menarik perhatian para bunda, terlebih komunitas ini juga sudah sering terjun langsung dalam aktivitas mendongeng

**b. *Weakness***

Ketertarikan para bunda untuk mendapatkan edukasi yang serupa dengan sumber yang lebih mudah ditemui dan merasa cukup, namun belum tentu dari sumber yang terpercaya.

**c. *Opportunity***

Rasa kepedulian bunda terhadap tumbuh kembang anak melalui aktivitas mendongeng, serta keinginan untuk dapat terjun langsung didalamnya

**d. *Threat***

Emosional mendasar para bunda yang juga sebagai ibu rumah tangga, yang pada umumnya mudah terpicat dengan adanya potongan harga (*discount*) di berbagai tempat belanja. Menjadi dilema tersendiri untuk para bunda.

### **3.2.1.2. *Consumer Journey***

*Consumer Journey* yang dimaksud dalam penelitian ini merupakan perjalanan interaksi target dengan objek tertentu, dari mengawali aktivitas dipagi hari hingga waktu istirahat di malam hari

<b>Waktu</b>	<b>Kegiatan</b>	<b>Touch Point</b>	<b>Point of Contact</b>
05.00 – 06.00	Bangun Tidur	Kamar	Kasur, Lampu, Lemari
06.00 – 06.30	Menyiapkan Sarapan	Ruang, Makan, Dapur	Meja makan, Lemari Piring, Lap Dapur, Celemek
06.30 – 09.00	Antar anak /Kerja	Jalan	Mobil, Billboard, Speda Motor, Halte

09.00 – 09.30	Istirahat	Kantin	Piring, Meja, Kursi
09.30 – 12.00	Produktivitas	Ruang Kerja	Laptop, PC, Meja, Kursi, Buku, Pensil
12.00 – 12.30	Istirahat	Kantin	Piring, Meja, Kursi, Handphone
12.30 – 14.00	Produktivitas	Ruang Kerja	Laptop, PC, Meja, Kursi, Buku, Pensil
14.00 -15.00	Pulang ke Rumah/Shopping	Jalanan	Handphone, Mobil Motor, Billboard, Reklame, Zebra Cross
15.00 – 18.00	Istirahat di Rumah	Kamar, Ruang Tengah	Televisi, Handphone, Komputer, Kursi, Bantal, Kasur
18.00 – 19.00	Bercengkerama dengan Keluarga	Kamar, Ruang Tengah	Kasur, Buku, Pencil, Kursi, Meja, Handphone
19.00 – 04.00	Istirahat	Kamar	Kasur, Lampu, Handphone

*Tabel 3.1 Consumer Journey*

### 3.2.2. Referensi Visual

Referensi visual didapatkan dari hasil analisa pada target *audiene*. Yang bermaksud sebagai panduan dalam melakukan olahan visual, agar desain yang digunakan mampu menarik perhatian dan sesuai dengan keinginan target.



Gambar 3.1 Referensi Visual

Sumber : Internet & Dokumentasi Pribadi

### 3.2.3. Bagan Referensi Visual.

Bagan referensi visual yang dimaksud peneliti adalah sama seperti *moodboard*, sebagai acuan dari bentuk visual yang akan digunakan dalam penelitian ini. Terdiri dari kumpulan gambar baik foto ataupun desain grafis.



THE QUICK BROWN FOX OVER THE LAZY DOG THE QUICK BROWN FOX OVER  
THE LAZY DOG  
the quick brown fox over  
the lazy dog

*Gambar 3.2 Bagan Referensi Visual*

Sumber : Dokumentasi Pribadi & Internet

### **3.2.4. *Insight***

Dari hasil observasi serta wawancara yang telah dilakukan, menghasilkan kesimpulan untuk para bunda dalam aktivitas mendongeng. Diantarnya yaitu:

- a. Para bunda ingin dapat terjun langsung kedalam aktivitas mendongeng untuk anaknya, tanpa merasa kesulitan.
- b. Mengharapkan adanya sarana untuk mendapatkan wawasan seputar tata cara mendongeng.
- c. Bisa mengatasi persoalan – persoalan ketika terjun langsung melakukan aktivitas mendongeng.

Dengan demikian para bunda menyadari dongeng itu penting untuk tumbuh kembang anak, dan juga berkeinginan untuk dapat terjun langsung dalam aktivitas mendongeng. Tentu dengan baik dan benar, bisa mengatasi hambatan yang terjadi yang tentunya di dukung dengan pengetahuan / edukasi yang baik dalam praktik aktivitas mendongeng.

### **3.3. Kesimpulan/*What To Say***

Keinginan yang cukup tinggi untuk dapat terjun langsung kedalam aktivitas mendongeng, namun sering merasa kesulitan dalam praktiknya. Menyimpulkan pesan yang ingin disampaikan untuk para bunda bahwa “Mendongeng itu ternyata tidak sulit kok bunda”